

**STUDI SIKAP ANAK MUDA DI YOGYAKARTA PADA
PERTUNJUKAN PENTAS SENI**

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana Ekonomi (S1)

Pada Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Disusun Oleh :

NAMA : ERVINA

NPM : 02 03 13387

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
JANUARI, 2007**

SKRIPSI

Studi Sikap Anak Muda di Yogyakarta pada Pertunjukan Pentas Seni

Disusun Oleh:

Nama : Ervina

NPM : 02 03 13387

Telah dibaca dan disetujui oleh:

Pembimbing Utama



W. Mahestu Noviandra K.,SE.,MScib

Tanggal 13 Desember 2006

Skripsi

Studi Sikap Anak Muda di Yogyakarta pada Pertunjukan Pentas Seni

Yang dipersiapkan dan disusun Oleh:

Nama : Ervina

NPM : 02 03 13387

**Telah dipertahankan di depan panitia penguji pada tanggal 4 Januari 2007 dan
dinyatakan telah memenuhi persyaratan untuk mencapai derajat
Sarjana Ekonomi (S1) pada Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta**

Susunan Panitia Penguji

Ketua Panitia Penguji



Gunawan Jiwanto, Drs., MBA

Anggota Panitia Penguji

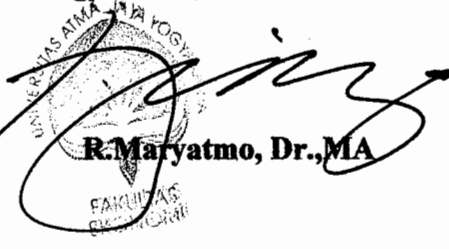


W. Mahestu Novlandra, SE., MScib



C. Jarot Priyogutomo, Drs.,MBA

Yogyakarta, 12 Januari 2007



R. Maryatmo, Dr., MA

UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
FAKULTAS EKONOMI

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini dengan sesungguhnya menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

Studi Sikap Anak Muda di Yogyakarta pada Pertunjukan Pentas Seni

Benar-benar hasil karya sendiri. Pernyataan, ide, maupun kutipan baik langsung maupun tidak langsung yang bersumber dari tulisan atau ide orang lain dinyatakan secara tertulis dalam skripsi ini dalam catatan perut dan atau daftar pustaka. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa saya melakukan plagiasi sebagian atau seluruh dari skripsi ini, maka gelar dan ijazah yang saya peroleh dinyatakan batal dan akan saya kembalikan kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yogyakarta, 13 Desember 2006

Yang menyatakan



Ervina

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Yesus Kristus atas rahmat dan karunia yang dilimpahkan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan sangat baik.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak yang telah menyumbangkan waktu, tenaga, doa, dan pikiran baik secara langsung maupun tidak langsung, dari permulaan hingga selesainya penyusunan skripsi ini. Untuk itu dengan segala kerendahan hati, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang tak terhingga kepada:

1. Ibu W. Mahestu Noviantra K.,SE.,MScib. selaku dosen pembimbing dalam penulisan skripsi ini yang telah memberikan bimbingan, pengarahan, dorongan serta saran dan waktu sehingga pada akhirnya penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik.
2. Papa dan Mama tercinta yang telah memberikan doa dan dukungan baik secara rohani maupun materil. Kalian yang terbaik bagi ku. Juga untuk kakakku: Lina, Rita, Ayen, dan juga adikku Lilis, yang selalu mendukungku dalam doa-doa. Doa kalian adalah kekuatan bagiku. Untuk keponakanku: Sheila, Bryan, Rizky, Sien-sien, Imel, dan Batista, senyum dan tawa serta kenakalan kalian adalah semangat bagiku. Kalian semua membuat aku selalu rindu suasana di rumah, sehingga membuatku ingin segera menyelesaikan tugas akhir ini.

3. Semua Bapak dan Ibu Dosen yang telah membekali ilmu pengetahuan kepada penulis selama menjadi mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
4. Kak Yenni dan Mega Jiejie yang sudah bersusah payah membantuku untuk menterjemahkan semua jurnal-jurnalku. Bantuan kalian tak akan pernah kulupakan. Gak lupa juga untuk K'Iok yang suka ikut nimbrung dan buat onar. Terima kasih uda buat keonaran. Karena semua itu buat suasana jadi lebih rileks dan gak tegang gimana gitu. Sehingga aku tetap bisa berpikir dengan tenang dan senang. Untuk Devie juga, yang uda capek-capek ngantarin dan nemanin aku ke ISI nyebarin kuisioner.
5. Mbak Sanjung dan Mas Erik yang sudah membantu penulis untuk nyebarin kuisioner. Semoga "*Oxygen*" disenangi banyak penggemar. Aku juga berterimakasih pada Mas Beben yang sudah mengenalkan penulis pada Mbak Sanjung dan Mas Erik.
6. Teman-teman *Cell Group* : Happy, Yosia, Leni, Novi, Fanny, Rico, Dudi, Ida, Cici, Josinta, terima kasih untuk dukungan doa kalian semua. Walaupun aku sering bolos, tapi kalian tetap mendukungku dalam doa. Kalian benar-benar keluargaku yang baik hati.
7. Li jiejie, guru mandarinku, terima kasih sekali, karena telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk fokus pada skripsi, sehingga Li jiejie menunda ujianku. Juga untuk Jenny jiejie yang sudah peduli dengan perkembangan skripsiku.

8. Semua pihak yang telah membantu baik secara langsung maupun tidak langsung, yang tidak dapat disebutkan satu persatu. Terima kasih atas segala bantuannya sehingga terselesainya skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam skripsi ini masih terdapat kekurangan, oleh karena itu segala kritik dan saran yang membangun akan diterima penulis dengan senag hati.

Akhir kata, penulis mengucapkan terima kasih atas segala dukungan dan perhatian kepada semua pihak yang telah ikut serta dalam penyelesaian skripsi ini dan berharap agar skripsi ini bermanfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan.

Penulis

ERVINA

HALAMAN MOTTO

Jejak Kaki (Oleh: Agustinus)

*Semalam aku bermimpi sedang berjalan menysisir pantai bersama TUHAN. Di cakrawala terbentang adegan kehidupanku. Pada setiap adegan, aku melihat dua pasang **jejak kaki** di pasir, sepasang **jejak kaki** ku dan sepasang **jejak kaki** TUHAN.*

*Setelah adegan terakhir dari kehidupanku, terhampar dihadapanku, aku menoleh ke belakang melihat **jejak kaki** di pasir. Aku memperhatikan bahwa berkali-kali sepanjang jalan hidupku, terutama pada saat-saat paling gawat dan mencekam, hanya terdapat sepasang **jejak kaki** saja.*

*Hal ini benar-benar membuat aku sangat kecewa, maka aku bertanya kepada TUHAN, "TUHAN, dimanakah Engkau? Engkau mengatakan bila aku memutuskan untuk mengikut Engkau, Engkau akan berjalan bersama aku sepanjang jalan hidup ku. Namun aku memperhatikan bahwa pada saat-saat paling gawat dan beban berat menindas hidupku, hanya terdapat sepasang **jejak kaki** saja, dan aku tidak mengerti mengapa pada waktu aku sangat membutuhkan Engkau, justru Engkau meninggalkan aku".*

*Tuhan menjawab, "Anak-Ku, engkau sangat berharga di mata-Ku, Aku sangat mengasihi engkau dan Aku tidak akan meninggalkan engkau. Pada waktu engkau dalam bahaya dan dalam penderitaan, engkau hanya melihat sepasang **jejak kaki** saja, karena pada waktu itu Aku menggendong kamu".*



serviens in lumine veritatis

Skripsi ini kupersembahkan untuk:

Tuhan Yesus Kristus

Bapak dan Mama

Kakak ku, Adik ku dan Keponakan ku

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
BAB I: PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	6
1.3. Tujuan Penelitian	7
1.4. Manfaat Penelitian	7
1.5. Defenisi Operasional	8
1.6. Hipotesis	8
1.7. Sistematika Penulisan	8
BAB II: LANDASAN TEORI	
2.1. Demografi	10
2.2. <i>Public Relation</i>	12
2.2.1. Defenisi <i>Public Relation</i>	12
2.2.2. Fungsi, Tugas, dan Kewajiban <i>Public Relation</i>	14

2.3. Gaya Hidup	17
2.4. Perpindahan Merek	20

BAB III: METODE PENELITIAN

3.1. Metode Pengambilan Sampel	23
3.2. Responden	23
3.3. Metode Pengumpulan Data	24
3.3.1. Pengumpulan Data Kuisisioner	24
3.3.2. Metode Pengukuran Data	24
3.4. Metode Pengujian Instrumen	25
3.4.1. Pengujian Validitas Kuisisioner	25
3.4.2. Pengujian Reliabilitas	27
3.5. Metode Analisis Data	28
3.5.1. Chi- Square	28
3.5.2. Independent Sample T-Test	30

BAB IV: HASIL ANALISIS DATA

4.1. Hasil Respon Kuisisioner	31
4.1.1. Jumlah Kehadiran Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	31
4.1.2. Jumlah Responden yang Hadir Berdasarkan Usia	32
4.1.3. Responden yang Merokok dan Menghadiri Pentas Seni	34
4.1.4. Responden yang Menghadiri dan yang Tidak menghadiri Acara Pentas Seni	36

4.2. Statistik Deskriptif	38
4.2.1.Motivasi Utama Responden Untuk Menghadiri Acara Pentas Seni	38
4.2.2.Motivasi Utama Responden Untuk Tidak Menghadiri Acara Pentas Seni	39
4.2.3. Perbedaan Sikap Kaum Muda dalam Menghadiri Acara Pentas Seni Berdasarkan Jenis Kelamin dan Usia	40
BAB V :KESIMPULAN	
5.1. Kesimpulan	42
5.2. Keterbatasan Penelitian	44

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Inventarisasi Gaya Hidup	17
Tabel 3.2. Validitas Ketidakhadiran	26
Tabel 3.1. Validitas Kehadiran	26
Tabel 3.3. Reliabilitas Kehadiran dan Ketidakhadiran	27
Tabel 4.1. Jumlah Responden yang Hadir Berdasarkan Jenis Kelamin	31
Tabel 4.2. Jumlah Responden yang Hadir Berdasarkan Usia	33
Tabel 4.3. Jumlah Responden yang Tidak Hadir Berdasarkan Usia	34
Tabel 4.4. Jumlah Responden yang Merokok Berdasarkan Jenis Kelamin	35
Tabel 4.5. Jumlah Responden Perokok dengan Merek Rokok yang dikonsumsi	36
Tabel 4.6. Cross Tabulation Kehadiran	37
Tabel 4.7. Chi-Square Tests	38
Tabel 4.8. Mean Statistik Deskriptif untuk Motivasi Responden yang Hadir	39
Tabel 4.9. Mean Statistik Deskriptif untuk Motivasi Responden yang tidak hadir	40
Tabel 4.10. Sample T-Test Berdasarkan Jenis Kelamin	41
Tabel 4.11. Sample T-Test Berdasarkan Usia	41

Studi Sikap Anak Muda di Yogyakarta pada Pertunjukan Pentas Seni

Disusun Oleh :

NAMA : ERVINA

NPM : 02 03 13387

Pembimbing Utama

W. Mahestu Noviandra K.,SE.,MScib

Intisari

Literatur-literatur pemasaran menyediakan materi yang cukup luas dalam diskusi secara mendasar mengenai perilaku konsumen yang berkaitan dengan public relation, gaya hidup dan perpindahan merek, namun hingga saat ini masih dibutuhkan penelitian lebih lanjut yang berkaitan dengan perilaku konsumen dalam memutuskan berpindah merek. Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk mengetahui motivasi konsumen dalam menghadiri suatu event agar perusahaan yang menjadi sponsor dapat memberikan stimulasi berpindah merek pada konsumen yang menghadiri event tersebut. Di dalam penelitian ini terdapat pengujian hubungan antara kesukaan konsumen dengan kehadiran konsumen dalam suatu event.

Temuan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa tidak ada hubungan yang signifikan antara penonton yang hadir dan penonton yang menikmati acara pentas seni. Implikasi penelitian akan dibahas lebih lanjut.

Kata kunci: Perpindahan Merek dan Perilaku Konsumen.